

# イノベーションのためのビッグデータ活用 —透明化が実現する「おもてなし」と「うらおもてなし」—



野村総合研究所 IT基盤イノベーション本部  
ビッグデータイノベーション推進部長 主席コンサルタント

増田 有孝

専門はビッグデータを活用したイノベーションコンサルティング

ビッグデータは物事を徹底的に透明化する。顧客の特性を透明化すれば個々の顧客に対する「おもてなし」が実現でき、業務遂行の実態を透明化すれば「うらおもてなし（裏表なし）」の状態を確保できるようになる。本稿では、企業のイノベーションにつながるビッグデータのこのような活用のあり方について解説する。

## 先進企業で取り組みが進む ビッグデータ活用

現在、日本企業のビッグデータへの取り組みは、一時のブームが沈静化して、積極的に取り組んで成果を上げている企業と、取り組まないことに決めた企業とに2極化しているようである。そして取り組みを進めている企業では、数値などの構造化データに加えてテキストなどの非構造化データの活用が本格化している。

ビッグデータ活用に先進的に取り組んでいる企業は、ビジネスの競争が激しさを増し、業務プロセスが複雑化し続ける今、これまでの勘と経験に基づいた程度の業務改善では不十分と考えている。そのため、ビッグデータ活用の目的を明確にしつつ、構造化データはもちろんテキストデータやセンサーデータなどの非構造化データも活用対象に加え、“見える化”を透明化にまで推し進めようとしている。それによって、以下で述べる「おもてなし」や「うらおもてなし」を実現しようというのである。

## 収益拡大につなげるための 「おもてなし」

ビッグデータはマーケティングのあり方を変えてきた。ビッグデータという言葉が使われ始めたころは、Webサイトを訪れた人に合いそうな商品や、その人と同じようなプロフィールの人が購買している商品を、レコメンドエンジンを活用して推奨することに力が注がれた。

このようなマーケティングの試みは今でも普通に行われているが、最近では顧客が求めるサービスを最適なタイミングで提供する取り組みが盛んである。そのために、企業は自社が保有するデータだけでなく、他社が保有するデータやオープンデータ（二次利用が可能な形で公開されたデータ）も活用して、顧客のニーズの変化やライフスタイルの変化を察知しようとしている。

また、最近では顧客接点がWebサイトやスマートフォン、店頭、コールセンターなどと多チャンネル化しているため、各チャンネル（オムニチャンネル）での購買や行動のデータ

を活用して顧客への理解を深め、マーケティングに生かそうとする企業もある。さらに、スマートフォンやウェアラブル端末などのデータも加え、人工知能的な機能も取り込みながら、顧客自身も気づいていない潜在的なニーズへの対応も含めて、顧客に快適なサービス（接客体験）を提供しようという取り組みが始まっている。このように、従来は一部の顧客だけが享受していた特別な「おもてなし」が、ビッグデータの活用によって一般化されようとしている。

### 企業の信頼を守るための「うらおもてなし」

企業は今、多くのリスクにさらされている。例えば、コンプライアンス（法令順守）違反が起きれば社会からの信頼を損ね、プロジェクトに予期せぬ事態が発生すれば採算が悪化し、サイバー攻撃を受ければ事業に大きな損害が発生する。また米国のe-Discovery（米国では訴訟当事者が審理の前に全ての資料を開示することが求められる。現在ではほとんどの資料が電子データであるため、この開示手続きをe-Discoveryという）で求める情報開示ができなければ多額の賠償金を課される恐れがある。

これらの理由から企業はリスク対応に大きな注意を払っているが、これまでは、専門部署によるコンプライアンスの確認や社内の会議での状況確認などにとどまることが多かった。これらは、現にリスクが生じようとしていることを察知するのではなく、どちらかと言えば事後的にリスクの有無を確認するもの

である。これに対して、現在では社内に蓄積された業務プロセスのログデータやメールなど、多様で大量のデータを機械的に解析することで、リスク検知の網羅性と即時性を高めることができるようになってきている。ビッグデータをこのように活用することによって、企業は自身に裏も表もないことを証明でき、信頼を保つことができる。いわばビッグデータによる「うらおもてなし」の追求である。

### ビッグデータ活用を支援するソリューション

野村総合研究所（NRI）では、ビッグデータ活用による「おもてなし」と「うらおもてなし」を支援するさまざまなソリューションを用意している。

「TRUE TELLER」は、非構造化データの代表であるテキストデータを解析するためのソリューションである（P.14～P.17「テキストマイニング活用の先進的な取り組み」参照）。このほか、人工知能を活用した対話型エージェント（P.18～P.19「人工知能によるビッグデータ活用」参照）、データを売り上げにつなげるためのフレームワーク（P.20～P.23「企業のデータ活用を促すフレームワーク」参照）などの開発、提供も行っている。（[bigdata.nri.co.jp](http://bigdata.nri.co.jp)参照）

今号の特集では、NRIのビッグデータイノベーション支援の事例を紹介している。「おもてなし」や「うらおもてなし」を追求するそれらの取り組みが、読者の皆さんの次のアクションのヒントになれば幸いである。 ■